

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai Efektivitas Buletin Integritas PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan, karena dengan peningkatan jumlah karyawan setiap tahun tidak membuat Buletin Integritas ditambah produksinya di sisi lain informasi yang disajikan pada Integritas kurang sesuai dengan fungsi Buletin yaitu memberikan informasi seputar perusahaan, faktanya konten yang dimuat masih kurang mendalam membahas mengenai informasi perusahaan ataupun informasi yang berkaitan dengan profile perusahaan sebagai perusahaan distribusi.

Dalam bukunya *Communication Measurement*, menurut Dody M. Gazali (2005:140) efektivitas adalah kondisi tercapainya efek yang ditetapkan atau yang diinginkan. Indeks efektivitas komunikasi adalah ukuran atau indikator yang menyatakan seberapa efektif pesan-pesan perusahaan kepada *stakeholders*, misalnya karyawan. Sedangkan efektivitas komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang mampu mencapai tujuan dari isi pesan tersebut dan memberikan umpan balik (*feedback*) atau reaksi sehingga pesan pun berhasil tersampaikan dan menimbulkan komunikasi yang efektif (Abidin,2015:133).

Komunikasi internal merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga dan dikembangkan dalam sebuah kegiatan korporasi. Kegiatan komunikasi internal yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* harus dilakukan secara efektif agar pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Maka dalam suatu perusahaan, komunikasi karyawan penting dilakukan untuk mewujudkan komunikasi yang efektif antar

karyawan dengan manajemen puncak untuk itu suatu organisasi atau perusahaan sangat memerlukan saluran komunikasi organisasi. Saluran komunikasi organisasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan (mendistribusikan) suatu pesan dengan tujuan memperoleh respons timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa. Saluran interpersonal dapat bersifat langsung, seperti telepon, SMS, *BBM*, *Line*, *WhatsApp*, dan sebagainya. Saluran massa yaitu media massa, berupa media cetak dan elektronik (Ruliana, 2016 : 41). Saluran komunikasi organisasi tersebut memperlihatkan adanya variasi metode dan media komunikasi yang digunakan dalam organisasi. Metode komunikasi yang digunakan dapat berbentuk, tulisan, lisan, atau kombinasi tulisan dan lisan yang sifatnya *two way communication* (komunikasi dua arah) secara timbal balik.

Komunikasi yang berlangsung antara *top management* dengan karyawannya atau perusahaan dengan publiknya tidak hanya terjadi secara tatap muka. Maka dari itu pemilihan saluran dan media penyampaian pesan menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena hal tersebut dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi yang ingin disampaikan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa media komunikasi digunakan untuk dapat menyalurkan informasi. Komunikasi tatap muka bisa terjadi hanya selintas, tetapi dengan adanya media komunikasi bisa menjadi jembatan komunikasi antara *top management* dan karyawan atau antara perusahaan dengan publiknya. Salah satu media komunikasi yang diterbitkan sendiri oleh suatu organisasi atau perusahaan adalah *House Journal* atau kita lebih mengenalnya dengan media internal. Efektivitas komunikasi yang diselenggarakan lewat media korporasi atau organisasi antara lain ditentukan oleh apa dan bagaimana informasi itu disampaikan. Namun pada umumnya, setiap organisasi hanya menggunakan sebagian kecil dari sekian banyak metode yang ada. Pemilihan metode komunikasi sangat dipengaruhi oleh karakteristik organisasi, jumlah dan strata

personel, serta lokasi kerja. Bentuk media internal dan isinya tidak jauh berbeda dengan pers komersial, hanya berbeda menyangkut pembaca yang terbatas tidak berbentuk massa (umum), segmentasi publik pembacanya lebih khusus yaitu sesuai dengan target publik perusahaan tersebut.

Lebih lanjut, merujuk Astrid, kehadiran media internal dalam sebuah organisasi khususnya sebuah perusahaan mempermudah komunikasi dari perusahaan ke karyawan atau khalayak luar di luar lembaga (Astrid, 2107:138). Beberapa hal pokok untuk menilai informasi tersebut mampu mempunyai *news value* (nilai berita) dan *news worthy* (berharga sebagai berita) atau tidak yaitu : (1) *Significant* (2) *Magnitude* (3) Aktualitas (4) *Proximity* (5) *Human Interest* (6) *Prominent*.

Di lingkup internal korporasi, media internal harus dapat berperan sebagai media yang memungkinkan berlangsungnya komunikasi manajemen dan non manajemen yang bersifat formal dengan kontrol terbatas. Jadi sebagai media komunikasi internal harus bisa menciptakan interaksi sosial yang lebih dialogis di lingkungan perusahaan. Salah satu perusahaan swasta yang memanfaatkan media internal untuk komunikasi perusahaan dengan *stakeholder internal* adalah PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk. Integritas dipilih menjadi nama media internal perusahaan karena sesuai dengan salah satu nilai perusahaan PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk yaitu integritas, inovatif dan penghargaan kepada sumber daya manusia.

1966 merupakan awal terbentuknya perusahaan Catur Sentosa Adiprana yang pada saat itu hanya memasarkan produk cat. Kemudian tahun 1983 Catur Sentosa Adiprana berkembang menjadi perusahaan distribusi bahan bangunan dan pada tahun 1990 Catur Sentosa Adiprana resmi menjadi perusahaan yang bukan hanya mendistribusikan bahan bangunan tetapi juga bahan kimia. Baru pada tahun 1997 CSAP meresmikan toko ritel pertamanya yang kita kenal dengan *brand* Mitra10. Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar

Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menjalankan usaha di bidang perdagangan barang hasil produksi. Pada tahun 2017 Perseroan telah berkembang menjadi perusahaan publik yang memiliki 48 cabang distribusi bahan bangunan, 4 cabang distribusi bahan kimia, 17 area distribusi *consumer goods* dan 23 ritel *modern* Mitra10 serta 10 *showroom* ritel *modern* Atria, yang tersebar di seluruh Indonesia. (*Annual Report* PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk, 2017).

Melihat fakta besarnya karyawan, maka dibutuhkan sarana komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat efektif untuk publik internal itu sendiri. Tahun 2012 CEO memberi usulan agar PT. Catur Sentosa Adiprana memiliki suatu media (internal) untuk menyampaikan berita dan informasi mengenai perusahaan serta menyampaikan pesan langsung kepada seluruh karyawan. Lalu pada tahun 2013 Buletin Integritas mulai di produksi dan di distribusikan.

Merujuk Novia, buletin adalah kumpulan berita, artikel, cerita atau iklan yang terbit berkala, dan dicetak dalam kertas berukuran *broadsheet*, wujudnya mirip majalah, tetapi lebih sederhana (Novia, 2013:2).

Buletin Integritas merupakan jembatan bagi semua karyawan yang tergabung dalam PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk. Konten yang dimuat dalam Integritas setiap edisinya menjadi penting untuk diketahui semua karyawan karena informasi yang dibagikan bukan hanya seputar kantor pusat namun juga mencakup semua kantor cabang di seluruh Indonesia beserta bisnis unit yang tergabung dalam perusahaan.

Berikut wawancara yang dilakukan dengan Bapak Edwin (32) *Manager* dari Divisi *Corporate of Affairs* PT. CSA :

“Buletin Integritas diproduksi oleh kantor pusat di Jakarta oleh divisi *Corporate Affairs* yang mana divisi ini memiliki tujuan untuk menyampaikan seluruh informasi seperti keadaan perusahaan, aktivitas perusahaan atau cabang serta pesan atau strategi dalam menghadapi kondisi perusahaan saat ini dari dewan direksi

kepada karyawan . Buletin ini terbit tiga bulan sekali sebanyak 2.000 eksemplar dan akan di distribusikan ke seluruh cabang dan bisnis unit yang ada di daerah-daerah berdasarkan kuota yang sudah ditetapkan oleh divisi Distribusi. Sebenarnya karyawan bisa mengirimkan berita atau foto mengenai *event* yang dilaksanakan oleh cabang perusahaan atau bisnis unit dan nantinya data tersebut akan di *approve* berdasarkan tingkat kepentingan. Buletin Integritas juga menyediakan halaman untuk beriklan, namun halaman iklan akan ada jika salah satu perusahaan cabang atau bisnis unit menginginkan pemasangan iklan”. (11Oktober 2018).

Berdasarkan wawancara tersebut penulis menyimpulkan bahwa perusahaan yang telah berdiri selama 52 tahun namun baru pada tahun 2013 lalu memiliki media internal. Total produksi untuk media internal perusahaan pun tidak mengalami penambahan jumlah, tetap sebanyak 2.000 eksemplar walaupun jumlah karyawan terus meningkat setiap tahunnya, sehingga dengan jumlah cetak yang hanya 2.000 eksemplar belum dapat memenuhi kebutuhan karyawan akan informasi.

Berikut pesan yang disampaikan oleh Bapak Antonius Tan (51) selaku *Vice President Director* ketika acara *Executive Leadership Team* 2018 :

“Pada kesempatan ini saya juga ingin menyampaikan kepada rekan-rekan semua bahwa penting sekali untuk kalian membaca Buletin internal kita karena semua berita-berita terbaru mengenai perusahaan dan bisnis unit ada disini. Saya sampaikan juga kepada bisnis unit khususnya kalau ada *event* atau peresmian cabang baru dikirim lah fotonya ke kita. Jadi tidak ada alasan lagi kita tidak tahu jika ada cabang baru yang dibuka atau yang lainnya. Kita ini sama jadi mulai sekarang tidak ada lagi informasi yang berbeda ketika ditanya orang luar, semuanya satu informasi.” (15 Oktober 2018).

Himbauan tersebut disampaikan langsung oleh *Vice President Director* kepada seluruh *executive leader* yang berada di PT. Catur Sentosa Adiprana agar

dapat disampaikan kembali kepada karyawan untuk membaca Buletin Integritas sehingga seluruh karyawan mengetahui semua informasi dan perkembangan perusahaan serta bisnis unit dan membuat karyawan memiliki informasi yang sama. Ketika publik eksternal menanyakan mengenai perusahaan atau bisnis unit seluruh karyawan memiliki jawaban yang sama.

Berikut wawancara dengan beberapa karyawan PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk mengenai informasi yang disampaikan melalui Buletin Integritas.

Kristin Sitorus (27 tahun) staff Divisi Trainee Development :

“Informasi yang ada di Integritas menurut saya sudah cukup lengkap seputar perusahaan, namun memang konten yang ada pada Integritas masih belum spesifik tentang perusahaan saja. Banyak informasi dari luar perusahaan dan tidak terkait dengan manajemen tapi dari sana saya bisa mendapatkan pengetahuan yang lebih”. (10 Oktober 2018)

Nova (28 tahun) staff Group Internal Audit Corporate :

“Selama yang saya baca, informasi dalam Buletin Integritas memang sudah banyak menyajikan informasi seputar perusahaan hanya saja informasi yang diberikan kurang mendalam jika dalam tujuan Buletin ini sebagai jembatan dalam menyampaikan informasi kepada karyawan dan juga isinya terkadang tidak sesuai dengan profile perusahaan sebagai distributor bahan bangunan karena integritas itu kan ada edisinya, jadi terkadang ada edisi yang memang temanya berbeda jauh dengan profile perusahaan.” (10 Oktober 2018).

Citra (50 tahun) Sales Manager cabang Denpasar :

“Sejauh yang saya baca ya cukup terpenuhi walaupun tidak 100% yang penting kan ada informasi bermanfaat untuk cabang walaupun memang bacaannya ringan. Memang terkadang informasi yang disajikan kurang sesuai dengan perusahaan yang bergerak di bidang distributor bahan bangunan agak berbeda.” (8 Oktober 2018).

Wawancara bersama *Manager Divisi Corporate Affairs* serta himbauan yang disampaikan oleh *Vice President Director* serta wawancara dari beberapa

karyawan yang menjadi pertimbangan penulis untuk melakukan penelitian mengenai efektivitas Buletin Integritas adalah jumlah karyawan yang terus meningkat tiap tahunnya tidak membuat produksi buletin di tingkatan selain itu mengingat fungsi awal dari buletin integritas menjadi jembatan bagi para karyawan untuk mendapatkan informasi seputar perusahaan namun pada kenyataannya konten dalam bulletin tidak terlalu mendalam membahas persoalan seputar perusahaan dan juga tidak setiap edisi buletin memuat konten yang berhubungan dengan profile perusahaan sebagai perusahaan distributor bahan bangunan.

Seberapa efektif pesan-pesan yang disampaikan melalui Buletin Integritas dengan jumlah produksinya yang tidak lebih banyak dari jumlah seluruh karyawan perusahaan dan konten yang dimuat di dalamnya tidak sepenuhnya membahas secara mendalam tentang perusahaan. Mengingat bahwa fungsi Buletin Integritas memiliki posisi yang sangat penting dalam menyebarkan informasi kepada seluruh karyawan yang ada di PT. Catur Sentosa Adiprana.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh tiga mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yaitu, pertama oleh Dian Kartika Sari yang meneliti mengenai “Efektivitas majalah Angakasa Pura 1 sebagai media informasi perusahaan kepada karyawan” pada tahun 2015. Yang membedakan pada penelitian sebelumnya adalah terletak pada subyek penelitian serta penelitian oleh Dian Kartika Sari berdasarkan pada daya tarik pesan, daya tarik fisik dan frekuensi terbitnya. Majalah Angkasa Pura yang digunakan sebagai media informasi perusahaan kepada karyawan diterima baik oleh responden yang disini adalah karyawan Angkasa Pura. Kedua oleh Martinus Rudy Hartanto “Efektivitas Majalah Gapura sebagai Media Internal kota Surabaya” hasilnya adalah majalah gapura efektif sebagai media internal Kota Surabaya terlihat dari tingginya hasil penilaian efektivitas yang didasarkan pada

target Humas Pemerintah kota Surabaya yang mengharapkan majalah Gapura dapat mempengaruhi sikap pembacanya Ketiga Sherly Lorenza “Efektivitas majalah gema sebagai media komunikasi internal PT. Petrokimia Gresik” yang membedakan dengan penelitian peneliti ialah, indikator efektivitas media internal yang digunakan. Majalah Gema efektif sebagai media komunikasi internal PT. Petrokimia Gresik. Majalah Gemas berfungsi dengan efektif sebagai sarana pelatihan menulis karyawan, kedua majalah Gema berfungsi dengan efektif sebagai penyampaian pesan dan informasi seluruh aktivitas perusahaan, ketiga majalah gema berfungsi dengan efektif sebagai ajang komunikasi karyawan, keempat majalah Gema berfungsi dengan efektif sebagai nilai tambah Departemen Humas PT.Petrokimia Gresik.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut : Bagaimanakah Efektivitas Buletin Integritas PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah penelitian di atas, maka peneliti mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana efektivitas Bulletin Integritas sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.

I.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan mengenai permasalahan yang diangkat, maka peneliti menentukan batasan-batasan tertentu untuk penelitian, diantaranya sebagai berikut:

I.1.4.1 Subyek penelitian: Karyawan PT. CSA

I.1.4.2 Obyek penelitian : Efektivitas Buletin Integritas

I.5 Manfaat Penelitian

I.1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dunia komunikasi mengenai efektivitas media internal khususnya majalah internal sebuah organisasi untuk menyampaikan informasi kepada publiknya serta untuk memenuhi kebutuhan publik internal akan informasi organisasi yang bersangkutan.

I.1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini secara praktis dapat menjadi acuan bagi PT. CSA dalam meningkatkan dan mengevaluasi serta memberi masukan program Humas PT. CSA sebagai sarana informasi kepada karyawan .